

Un exemple d'entrepreneuriat dans les métiers de la création : les « Activités » SMartBe

ANNE DUJARDIN, économiste et HÉLÉNA RAJABALY, démographe
Bureau d'études SMartBe



Le travail des artistes et professionnels des métiers de la création s'organise bien souvent par projets et dès lors de manière intermittente. Le travail au projet n'est pas une simple accumulation de contrats (comme c'est le cas du travail à la prestation) mais bien un ensemble cohérent formant un projet. Cette forme d'emploi, atypique à bien des égards¹, implique pour les artistes et créateurs de travailler de leur propre initiative, d'effectuer un travail de création sans nécessairement répondre à une commande et de trouver par eux-mêmes les clients prêts à les financer. Elle est fréquemment observée dans le milieu artistique au travers de la figure de l'artiste entrepreneur. C'est pourquoi SMartBe a développé en 2004 un outil de gestion et de production pour répondre aux besoins de ses membres désireux de gérer leurs projets : les *Activités* SMartBe. Ces dernières constituent une forme inédite d'entrepreneuriat dans les métiers de la création, et plus spécifiquement dans le secteur artistique.

Introduction

SMartBe est une association professionnelle des métiers de la création, créée en 1998 pour guider les artistes, techniciens et travailleurs intermittents face à la complexité administrative du secteur artistique en Belgique. Elle offre des outils administratifs, juridiques, fiscaux et financiers de nature à simplifier l'activité professionnelle des artistes et créateurs. SMartBe est constituée de plusieurs entités, dont Productions Associées, qui est en charge de l'outil de gestion d'*Activités* SMartBe.

Les *Activités* constituent un outil de gestion et de production de projets qui offre l'opportunité aux participants impliqués dans une *Activité* de porter leurs propres projets et de les gérer dans leur ensemble, au-delà des seuls contrats d'engagement pour des prestations. L'administrateur de l'*Activité* est responsable de la gestion du budget et en est le représentant vis-à-vis des clients et de Productions Associées. L'outil de gestion d'*Activités* permet aux participants d'alimenter un budget dédié à

¹ Pour en savoir plus, voir l'article de Heusch, S., Dujardin, A. et Rajabaly, H. intitulé « L'artiste entrepreneur, un travailleur au projet » dans la présente publication, p.15.

leurs projets, qui sera ensuite utilisé de plusieurs manières en fonction des besoins et spécificités de l'Activité. Il existe trois moyens pour faire entrer de l'argent dans le budget d'une Activité : via des factures sous la forme de bons de commandes pour des ventes de biens ou des prestations de services, via des factures pour des concessions de droits d'auteur ou droits voisins et via des apports de fonds (n'exigeant aucune contrepartie). Sur base de ces ressources, le budget d'une Activité peut alors être employé de quatre façons différentes : pour financer des prestations (ou contrats d'engagement des participants), pour rembourser des dépenses réalisées par un ou des participants dans le cadre de l'Activité, pour payer des mensualités de leasing liées à l'achat de matériel et enfin, pour verser des droits d'auteur ou droits voisins.

Les participants d'une Activité bénéficient en outre de l'encadrement de Productions Associées qui, en tant que structure collective de production, les accompagne dans les différentes étapes de leurs projets, les conseille et en assure pour eux la gestion administrative et financière. Un des avantages d'une Activité est qu'elle constitue, pour les participants, une alternative à la création d'une structure – comme par exemple une association sans but lucratif (ASBL) ou une société commerciale – ainsi qu'à l'adoption du statut d'indépendant. Par ailleurs, l'outil de gestion d'Activités permet l'implication de plusieurs participants, la prise en compte des dépenses liées aux projets ainsi que la gestion de sources de financement diverses (commandes publiques ou privées, factures pour des concessions de droits d'auteur, investissements personnels, subsides, etc.). Cette formule convient tout particulièrement à la multi-activité des artistes et à la diversité de leurs travaux, aux situations professionnelles de nature intermittente ainsi qu'aux dynamiques émergentes, principalement dans le secteur artistique et les métiers de la création. Le mode de fonctionnement d'une Activité s'apparente dès lors fortement à celui d'un entrepreneur, bien que, d'un point de vue juridique, les participants conservent le statut de salariés intermittents.

Nous nous intéressons donc aux Activités au sein de SMartBe, Productions Associées². Dans cet article, nous tentons de répondre à plusieurs questions : Quelles sont les caractéristiques de ces initiatives ? Quel est le profil des participants ? Qui sont leurs clients ? Et enfin, quelle est la dynamique des Activités en termes de flux financiers ? Les chiffres présentés dans cet article proviennent de la base de données de SMartBe.

² Cet outil de gestion et de production de projets est inédit en Belgique. Il n'existe pas, à notre connaissance, d'autres initiatives qui proposent aux artistes et créateurs de gérer eux-mêmes le budget de leurs projets tout en bénéficiant du soutien de conseillers qui les accompagnent pas à pas.

Chiffres-clés

Période étudiée : du 1er janvier 2004 au 31 décembre 2009

Population (au 31/12/2009) :

2.973 Activités « en mouvement » (60% des Activités ouvertes depuis 2004)

5.377 participants (soit 18% du total des membres SMartBe)

9.983 clients (soit 32% de l'ensemble des clients)

Mouvements financiers cumulés en 2008 et 2009 :

25.359 mouvements d'entrée

49.241 mouvements de sortie

Répartition des sorties du budget en 2008 et 2009 :

64% de prestations

31% de notes de frais

3% de concessions de droits

2% d'autres sorties

Montant facturé dans le cadre des Activités en 2008 et 2009 :

31 millions d'euros³

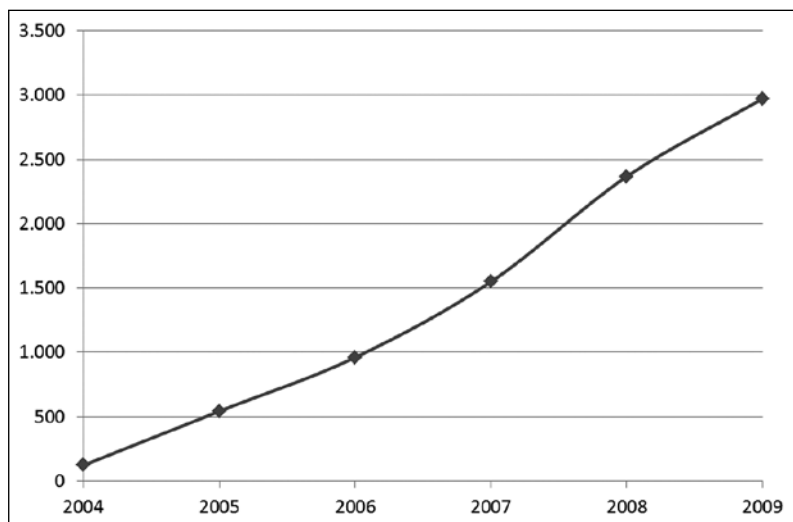
c'est-à-dire 66% du montant total facturé de 2004 à 2009 (47,4 millions d'euros)

³ En 2010, le montant facturé dans le cadre des Activités s'élevait à 28,4 millions d'euros.

Profil des « Activités »

Notre analyse porte sur 2.973 *Activités* « en mouvement », c'est-à-dire ayant connu au moins un mouvement financier dans leur budget depuis leur création⁴. Le graphique ci-dessous montre la forte croissance du nombre d'*Activités*, qui se sont multipliées par trente depuis leur création au milieu de l'année 2004.

Graphique I : Évolution du nombre d'*Activités* de 2004 à 2009



Source : Base de données SMartBe (2004-2009) – N= 2.973

La moitié des *Activités* étudiées ici avaient moins de deux années d'existence au 31 décembre 2009. Ceci s'explique à la fois par la forte croissance générale du nombre de membres inscrits chez SMartBe⁵ et par l'attrait de l'outil de gestion d'*Activités* pour les membres, qui constitue un facteur supplémentaire de développement.

Combien de participants une *Activité* compte-t-elle ?

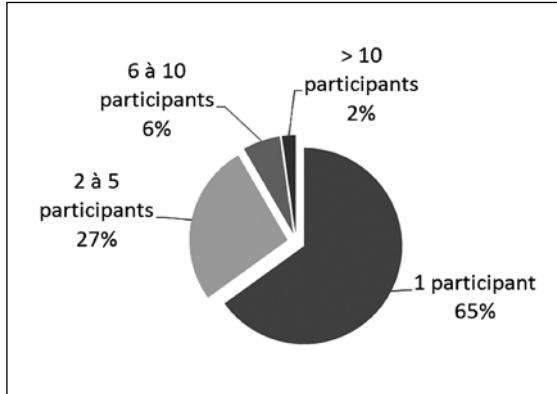
Une *Activité* peut être individuelle ou collective ; elle permet aux personnes qui en font partie, appelées « participants », de gérer des projets. Près de deux-tiers des *Activités* ne fonctionnent qu'avec un seul participant (65%). Dans ce cas, il s'agit bien

⁴ Nous avons exclu les *Activités* créées dans le cadre de l'Article 60 – qui donnent aux Centres Publics d'Action Sociale (CPAS) la mission de mettre à l'emploi certains de leurs bénéficiaires afin de leur permettre d'ouvrir le droit aux allocations de chômage ou d'acquérir une expérience professionnelle.

⁵ Pour plus de détails, nous vous invitons à consulter l'étude réalisée par le Bureau d'études de SMartBe, *Être intermittent dans le secteur artistique*, Bruxelles, 2010.

entendu du seul administrateur, c'est-à-dire, pour rappel, du participant en charge de la gestion de l'Activité. Par ailleurs, 35% des Activités comptent plusieurs participants.

Graphique 2 : Répartition des Activités selon le nombre de participants par Activité



Source : Base de données SMartBe (2004-2009) – N= 2.973

Nous observons donc deux logiques différentes parmi les utilisateurs de l'outil de gestion d'Activités proposé par SMartBe. D'une part, les Activités sont généralement des initiatives d'individus désireux de porter leurs propres projets. Il s'agit alors d'une forme d'auto-emploi – autrement dit, d'une situation dans laquelle un participant, par exemple un écrivain ou un plasticien, gère lui-même ses contrats d'engagement pour ses jours de prestation et le budget lié à sa pratique professionnelle au travers de son Activité. D'autre part, les Activités constituent également une option intéressante pour des individus fonctionnant en collectif, comme c'est le cas d'un groupe de musique ou d'une compagnie de théâtre. Une Activité permet l'implication de plusieurs participants et simplifie notamment les démarches administratives vis-à-vis des clients, qui reçoivent une seule facture pour une prestation du collectif (plutôt qu'une facture différente pour la prestation de chaque participant de l'Activité). Les Activités permettent ainsi des démarches entrepreneuriales aussi bien individuelles que collectives. Toutefois, le nombre de participants dans une Activité varie aussi en fonction du secteur.

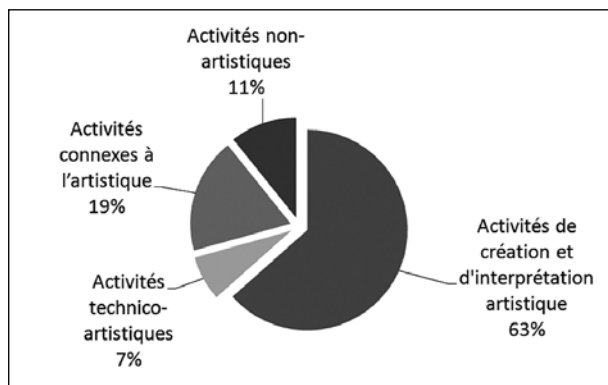
À quoi les Activités sont-elles utilisées ?

Nous distinguons quatre types d'Activités : les Activités de création artistique et d'interprétation ; les Activités technico-artistiques (son, image, éclairage, montage, décor ou encore costume et habillage) ; les Activités connexes à l'artistique, regroupant entre autres la production, la diffusion, la formation et l'accompagnement des carrières

ou des publics ; et enfin, les *Activités* strictement non artistiques, par exemple dans l'animation et l'enseignement ou dans le secteur du bien-être (par exemple dans le massage, la psychothérapie ou le coaching).

Près de deux-tiers des *Activités* s'inscrivent principalement dans la création ou l'interprétation artistique, en particulier dans le secteur des arts plastiques et graphiques, dans la musique/chanson et dans les arts du spectacle. Près d'une *Activité* sur cinq propose avant tout des services connexes à l'artistique (entre autres dans la production, la formation ou la diffusion). Notons que seules 7% des *Activités* sont de nature technico-artistique (comme la technique du son ou le montage vidéo). Par ailleurs, 11% des *Activités* sont principalement non artistiques. Bien que l'outil de gestion d'*Activités* ait été développé à l'origine pour des artistes et créateurs, il est également adapté à la réalité de certains professionnels hors du champ artistique, comme dans le secteur du bien-être.

Graphique 3 : Répartition des *Activités* selon leur type



Source : Base de données SMartBe (2004-2009) – N=2.972

Les *Activités* portées par un seul individu se retrouvent plus fréquemment dans les secteurs des arts littéraires, des arts plastiques et graphiques, de l'artisanat d'art ou encore de la mode/design/décoration. De même, le secteur non artistique du bien-être fonctionne essentiellement de manière individuelle. Quant aux *Activités* collectives, elles sont plutôt concentrées dans les secteurs de la musique/chanson, de l'audiovisuel et des arts du spectacle.

Profil des participants

Nous dénombrons 5.377 participants dans les *Activités* « en mouvement » étudiées dans cet article, soit 18% du total des membres inscrits chez SMartBe au 31 décembre 2009.

Dans combien d'Activités différentes un participant s'investit-il ?

Une large majorité des participants (82%) fait partie d'une seule et unique *Activité*. Inversement, cela signifie aussi que près d'un participant sur cinq s'investit dans au moins deux *Activités*. Les participants peuvent s'impliquer dans plusieurs *Activités* pour, d'une part, gérer leurs projets individuels et d'autre part, s'intégrer à un projet collectif. Par exemple, un musicien peut faire partie d'un groupe et mener en parallèle un projet plus personnel en solo. Participer à plusieurs *Activités* peut constituer en outre un indicateur de la multi-activité d'un participant, qui s'implique dans différents projets, proches ou éloignés de sa discipline principale. Cela permet notamment de multiplier ses sources de revenus, d'étendre ses réseaux professionnels ou de diversifier sa palette et de tenter des expériences multiples en vue d'exploiter son potentiel créatif⁶.

Quel est le rôle des participants au sein des Activités ?

Sur l'ensemble des participants, 53% sont inscrits comme administrateurs d'une ou plusieurs *Activités*, c'est-à-dire qu'ils sont en charge de la gestion de l'*Activité*, représentent l'*Activité* et sont parfois même les porteurs des projets. Nous identifions ensuite 29% de simples participants, soit de personnes impliquées dans l'*Activité* sans charge administrative en leur sein mais ayant un droit de regard sur le budget de l'*Activité*. Enfin, les participants occasionnels représentent un tiers de l'ensemble des participants au sein des *Activités* ; ce sont des participants extérieurs qui ne s'investissent pas dans l'*Activité* mais qui sont amenés temporairement à en faire partie dans le cadre d'un ou plusieurs projets. Un même participant peut appartenir simultanément à plusieurs catégories : par exemple, en étant à la fois administrateur d'une *Activité* et participant d'une autre.

Qui sont les participants des Activités ?

De manière générale, les caractéristiques sociodémographiques des participants des *Activités* diffèrent peu de celles de l'ensemble des membres actifs de SMartBe⁷.

⁶ Voir aussi de Heusch, S., Dujardin, A. et Rajabaly, H., *op. cit.*, 2011.

⁷ Les données concernant l'ensemble des membres actifs de SMartBe proviennent de l'étude sur les intermittents du secteur artistique (SMartBe, *op. cit.*, 2010) et couvrent la période du 1^{er} juillet 2006 au 30 juin 2008. Ces chiffres ne portent donc pas exactement sur la même période que les données relatives aux participants des *Activités* s'étalant de 2004 à 2009.

Tableau I : Comparaison des données sociodémographiques des participants des Activités et de l'ensemble des membres actifs de SMartBe

	Participants des Activités	Ensemble des membres actifs de SMartBe
% de francophones	93%	86%
% de néerlandophones	7%	14%
% de personnes de nationalité étrangère	21%	21%
Age moyen	35,6 ans	33,0 ans
% d'hommes	59%	58%
% de femmes	41%	42%
Nombre total de participants/membres	5.377	11.719

Source : Base de données SMartBe (2004-2009)

Les participants inscrits dans une *Activité* constituent ainsi une population relativement jeune, d'un âge moyen de 35,6 ans. L'ensemble des participants des *Activités*, comme la totalité de la population active occupée, est constitué d'une plus grande proportion d'hommes ; nous comptons près de six hommes pour quatre femmes.

Nous observons une nette prépondérance de francophones parmi les participants d'une *Activité*, cette proportion étant plus élevée encore que ce que nous avons pu observer au sein de l'ensemble des membres (93% contre 86%). La différence entre francophones et néerlandophones s'explique en partie par le fait que l'implantation de SMartBe est historiquement plus importante en Wallonie et à Bruxelles et qu'à l'heure actuelle l'outil de gestion d'*Activités* est encore peu connu des artistes et créateurs en Flandre.

Quant à la fonction des participants, elle reste très proche de celle de l'ensemble des membres de SMartBe. Le service de gestion et de production des *Activités*, tout comme le service de facturation de contrats de SMartBe, est essentiellement utilisé par des personnes ayant un profil artistique ou créatif au sens large.

Profil des clients

Nous envisageons les clients comme l'ensemble des structures ou individus qui passent une commande à une *Activité* pour un bien ou une prestation de service contre le paiement d'un prix (via des bons de commandes), qui apportent des fonds (via des conventions de financement) ou qui conviennent avec des participants de concessions de droits d'auteur et droits voisins. Nous identifions au total 9.983 clients au 31 décembre 2009.

Pour combien de clients une *Activité* travaille-t-elle ?

En général, une *Activité* est en relation avec plusieurs clients – 5,6 clients en moyenne. Le nombre moyen de clients par *Activité* augmente de manière significative avec l'ancienneté de l'*Activité*⁸. Au fil du temps, les *Activités* paraissent accumuler les collaborations avec de multiples clients, ce qui contribue à leur développement. Cependant, nous observons que sept *Activités* sur dix ont tout au plus cinq clients différents. Il peut dès lors s'agir de clients avec lesquels l'*Activité* développe des liens privilégiés et durables. Les collaborations répétées avec quelques clients apportent aux *Activités* une certaine stabilité et participent à leur maintien dans le secteur. Ces liens récurrents entre une *Activité* et un client se transforment progressivement en une relation de confiance.

Qui sont les clients des *Activités* ?

Dans l'ensemble, les caractéristiques socioéconomiques des clients sont relativement proches de celles des donneurs d'ordre classiques recourant aux prestations des membres de SMartBe (hors *Activités*)⁹. La plupart des clients des *Activités* sont établis en Belgique (85%), principalement en Région de Bruxelles-Capitale, qui constitue un pôle économique et culturel majeur. Parmi les clients ayant leur siège à l'étranger, nous pouvons épingler la prépondérance des clients installés en France et, dans une moindre mesure, dans les autres pays limitrophes à la Belgique.

Au niveau de leur forme juridique, 40% des clients ayant leur siège en Belgique sont des sociétés privées commerciales et 23% sont des structures appartenant au milieu associatif (essentiellement des ASBL). Nous identifions également des personnes physiques (18%) – indépendants et particuliers – ainsi que des organismes relevant de la fonction publique (8%)¹⁰.

Dynamique financière des « *Activités* »

Notre analyse se focalise à présent sur les mouvements financiers dans le budget des *Activités* en 2008 et en 2009. Nous identifions 25.359 mouvements d'entrée et 49.241 mouvements de sortie effectués dans le cadre de 1.848 *Activités*¹¹.

⁸ En moyenne, une *Activité* créée il y a cinq ans comptabilise près de trois fois plus de clients qu'une *Activité* ouverte il y a moins d'un an (à dater du 31 décembre 2009), soit 10 clients contre 3,5 clients.

⁹ SMartBe, *op. cit.*, 2010.

¹⁰ Nous ne connaissons pas la forme juridique de 11% des clients, en raison d'imprécisions dans la base de données de SMartBe.

¹¹ Nous avons exclu, dans cette partie de l'analyse, les *Activités* ouvertes au cours de l'année 2009.

Que représente un flux financier dans le budget d'une Activité ?

Un flux financier dans une *Activité* représente une entrée ou une sortie dans son budget. Pour mémoire, le budget peut être alimenté par plusieurs types d'entrée découlant de commandes, de factures pour des concessions de droits d'auteur ou droits voisins et d'apports de fonds. Il peut ensuite être utilisé pour financer des prestations des participants de l'*Activité*, rembourser des dépenses (via des notes de frais), payer des mensualités de leasing ainsi que des sommes convenues dans les concessions de droits d'auteur ou droits voisins. Notons qu'il est également possible d'effectuer des transferts de budget entre *Activités*, notamment quand une *Activité* rend une prestation de service à une autre, ou pour la répartition d'une entrée financière entre des participants de différentes *Activités*.

Tableau 2 : Définition des entrées et sorties du budget des *Activités*

Entrées	Sorties
<i>Bon de commande</i> Vente de biens ou de prestations de service à des clients.	<i>Prestation</i> Contrat d'engagement d'un participant de l' <i>Activité</i> pour la prestation d'un service. Le coût de la prestation comprend également le défraiement éventuel lié à cette prestation.
<i>Facture pour des concessions de droits d'auteur ou droits voisins</i> Facturation à un client qui souhaite exploiter des créations ou prestations artistiques, en les reproduisant ou les communiquant au public. Via la concession de droits d'auteur ou droits voisins, l'auteur ou l'artiste titulaire des droits lui donne les autorisations d'exploitation nécessaires aux conditions exigées par celui-ci.	<i>Concession de droits d'auteur ou droits voisins</i> Païement de revenus de droits d'auteur ou droits voisins à un des participants de l' <i>Activité</i> .
	<i>Note de frais</i> Document reprenant l'ensemble des dépenses liées à la réalisation de l' <i>Activité</i> dont le remboursement est effectué à partir du budget de l' <i>Activité</i> (en dehors des défraiements éventuels liés à des prestations).

Apport de fonds

Convention de financement qui permet à un apporteur de fonds de financer une *Activité*, sans toutefois passer commande ni demander une contrepartie ; et plus rarement, fonds injecté par SMartBe sous forme de bourse à la création ou d'avance de fonds.

Transfert de budget entre Activités

Transfert de budget, pour des prestations de services entre *Activités* ou pour la répartition d'une entrée financière entre participants de différentes *Activités*.

Mise à disposition

Document de gestion qui reprend les montants convenus entre Productions Associées et un des participants à l'*Activité* pour compenser la mise à disposition, par ce dernier à Productions Associées, d'un bien ou d'un outil dont il est le propriétaire, et qui est nécessaire à la réalisation de l'*Activité*. Ce document doit être joint à une note de frais et constitue le justificatif de ces frais dont le remboursement est effectué à partir du budget de l'*Activité*.

Mensualité de leasing

Affectation mensuelle de la facture de location relative à un achat de matériel professionnel¹¹.

Transfert de budget entre Activités

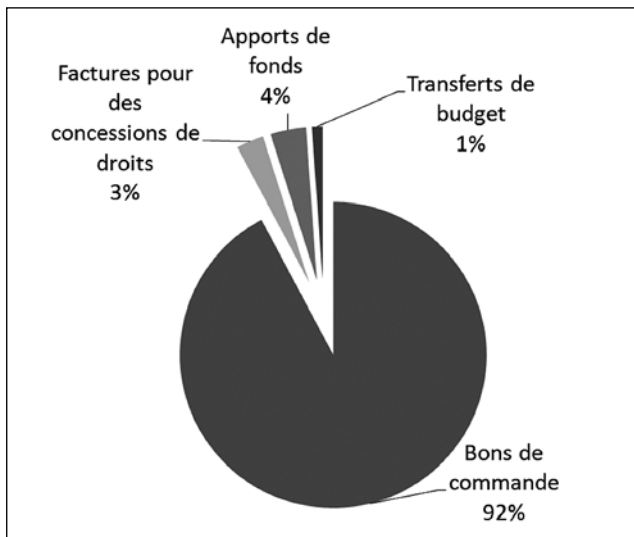
Transfert de budget, pour des prestations de services entre *Activités* ou pour la répartition d'une entrée financière entre des participants de différentes *Activités*.

Comment se répartissent les entrées et les sorties du budget ?

Les bons de commande pour des biens ou prestations de service constituent, en termes de montants financiers, la manière prédominante d'alimenter le budget des *Activités* (92%). Les entrées dans le budget se répartissent ensuite entre des apports de fonds (4%), des factures pour des concessions de droits d'auteur ou droits voisins (3%) et des transferts de budget entre *Activités* (1%).

¹² Ces services financiers sont chapeautés par Matlease, entité de SMartBe.

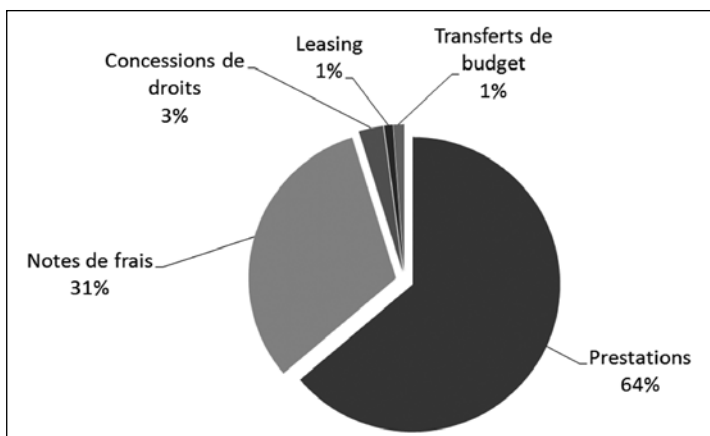
Graphique 4 : Répartition des entrées du budget des Activités



Source : Base de données SMartBe (2008-2009) – N=25.359

Du côté des sorties du budget des Activités, les prestations (ou contrats d'engagement des participants) constituent près des deux-tiers des montants financiers (64%). Le budget est ensuite employé pour rembourser des notes de frais – 31% des sorties – et, de manière résiduelle, pour payer des concessions de droits d'auteur et droits voisins (3%), des mensualités de leasing (1%) et des transferts de budget entre Activités (1%).

Graphique 5 : Répartition des sorties du budget des Activités

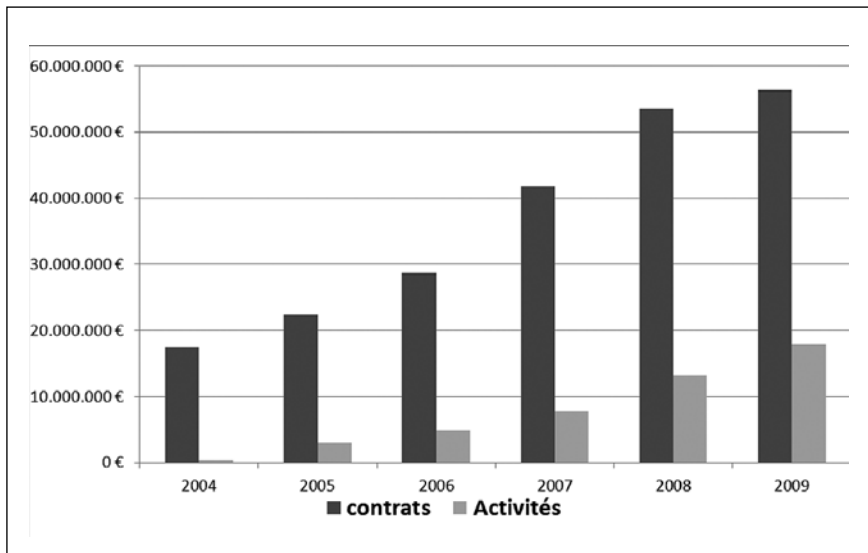


Source : Base de données SMartBe (2008-2009) – N=49.241

Quelle est l'évolution des entrées dans le budget des Activités ?

Rappelons tout d'abord que les *Activités* ont connu un très fort développement au sein de SMartBe de 2004 à 2009. Cette croissance s'est accompagnée d'une augmentation tout aussi spectaculaire des montants annuels liés aux flux financiers des *Activités*. Ainsi, fin 2005, les *Activités* ne contribuaient qu'à 12% de l'ensemble des montants globaux facturés¹³ par l'intermédiaire de SMartBe, le service de facturation de contrats générant le reste. Fin 2009, leur part atteignait déjà le double, soit 24%, du fait d'une croissance récente particulièrement forte¹⁴ ; le taux de croissance annuel moyen est en effet de 106% sur l'ensemble de la période. En comparaison, les montants facturés via le service de gestion des contrats ont augmenté annuellement de 25% depuis 2004 ; ce service reste cependant le plus important service de SMartBe.

Graphique 6 : Evolution annuelle des montants facturés par l'intermédiaire de SMartBe



Source : Base de données SMartBe (2004-2009) – Contrats=379.913 ; Activités=4.939

Quels facteurs influencent la dynamique financière des Activités ?

Nous observons qu'en moyenne, sur la période de 2008 à 2009, une *Activité* dépense 6.809€ par année¹⁵. Le graphique suivant montre la répartition des *Activités* en

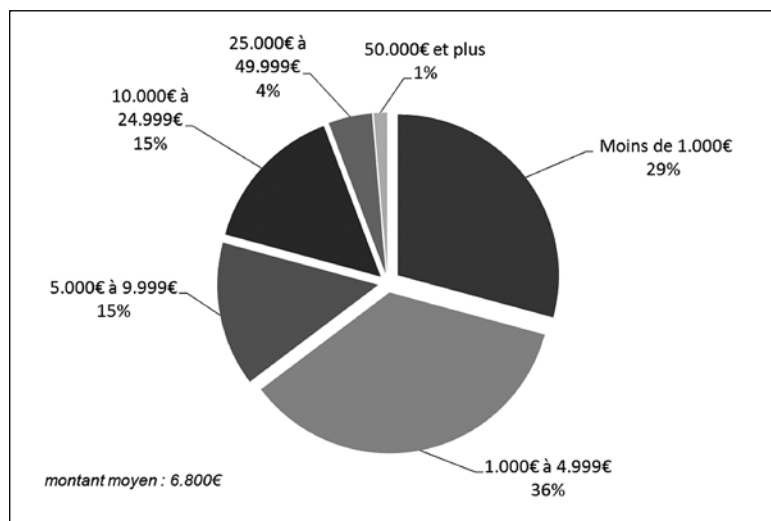
¹³ Nous entendons par montants de facturation tous les montants financiers relatifs aux entrées dans le budget des *Activités*.

¹⁴ Fin 2010, 30% du montant global facturé par l'intermédiaire de SMartBe étaient dus aux *Activités*.

¹⁵ Il s'agit des montants financiers relatifs aux sorties du budget des *Activités*.

fonction du montant annuel sortant du budget. Les deux-tiers d'entre elles enregistrent moins de 5.000€ par an, et 5% dépensent 25.000€ et plus par année.

Graphique 7 : Répartition des Activités selon les montants annuels des sorties du budget



Source : Base de données SMartBe (2008-2009) – N=1.848

Le montant dépensé annuellement dépend du nombre de participants inscrits dans l'Activité, de son ancienneté ainsi que du secteur. Plus une Activité comporte de participants et plus elle sort des montants financiers élevés de son budget. Ainsi, une Activité rassemblant plus de dix participants débourse un montant annuel cinq fois plus élevé qu'une Activité ne comptant qu'un seul participant (soit une moyenne de 26.000€ contre 5.200€). Par ailleurs, le montant affecté augmente avec l'ancienneté d'une Activité : de 6.000€ par an dans une Activité ouverte depuis un an à 12.000€ pour une Activité créée depuis au moins cinq années (à la date du 31 décembre 2009).

Enfin, le secteur de l'Activité influence aussi sa dynamique financière. Les Activités technico-artistiques enregistrent les montants moyens les plus élevés (12.600€ en moyenne par an) par rapport aux autres Activités¹⁶. En revanche, les Activités non artistiques dépensent 4.100€ annuellement. Parmi les Activités de création et

¹⁶ Ceci pourrait se justifier en partie par le spectre d'activités particulièrement large des techniciens, qui leur permet d'obtenir plus fréquemment des opportunités de travail. De plus, nous pouvons supposer, sur la base des observations faites dans la recherche de SMartBe sur les intermittents du secteur artistique, que ceci s'explique aussi à la fois par le type de qualification élevée et par le fait qu'un grand nombre de fonctions techniques sont régies par des commissions paritaires ayant fixé des rémunérations minimales. Voir SMartBe, *op. cit.*, 2010.

d'interprétation artistiques, seul le secteur audiovisuel se distingue particulièrement en termes de montants annuels des sorties : 9.300€ par an contre une moyenne de 7.000€ pour l'ensemble des *Activités* artistiques.

Nous nous focalisons dans la suite de cette analyse sur les deux principales manières d'utiliser le budget des *Activités* (voir graphique 5) : d'une part les prestations¹⁷, et d'autre part, les notes de frais, qui représentent ensemble 95% des sorties du budget.

À quoi correspondent les prestations ?

En 2008 et 2009, plus de huit prestations sur dix effectuées dans des *Activités* sont des prestations artistiques au sens large. Sous cette appellation, nous regroupons les prestations artistiques donnant lieu à des rémunérations (elles représentent 70% de l'ensemble des prestations)¹⁸, ainsi que les prestations artistiques réalisées sous le Régime des Petites Indemnités (RPI), considérées comme des défraiements¹⁹ : elles représentent 16% de l'ensemble des prestations dans les *Activités*. Par ailleurs, 14% des prestations relèvent du non artistique. Ces dernières sont réalisées soit par des artistes pour compléter leurs revenus, soit par des professionnels exerçant des prestations non artistiques indispensables aux métiers de la création (comme des managers ou des producteurs), ou encore, dans une moindre mesure, par des travailleurs hors des métiers de la création, par exemple des métiers du bien-être ou des professeurs de langue.

En moyenne, 29 jours de prestations (tous types de prestation confondus) sont réalisés par an dans le cadre d'une *Activité*. Cependant, la moitié des *Activités* compte moins de 13 jours de prestation sur une année tandis qu'un recours fréquent aux prestations (soit au moins un jour presté par semaine au cours d'une année) est observé dans une *Activité* sur six. Notons que le nombre moyen de jours prestés par an dépend aussi du nombre de participants dans l'*Activité*, de son ancienneté et de son secteur ; les *Activités* technico-artistiques ainsi que les *Activités* dans l'audiovisuel comptabilisent un plus grand nombre de jours prestés par an (respectivement 47 et 35 jours de prestation).

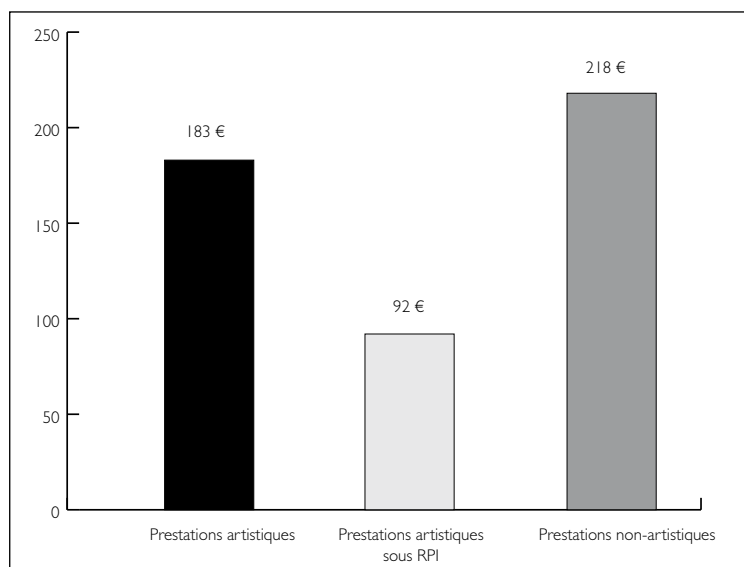
¹⁷ Sur la période de 2008 à 2009, nous comptabilisons 31.235 prestations (à l'exclusion des prestations réalisées par des *Activités* ouvertes en 2009). Cela représente environ 42.000 jours prestés par an, soit 190 équivalents temps plein (ETP), et concerne 1.746 *Activités*, soit 59% des *Activités* « en mouvement » depuis la création de l'outil. Cependant, en raison d'imprécisions dans la base de données de SMartBe, notre analyse porte seulement sur 28.150 prestations effectuées dans le cadre de 1.652 *Activités*.

¹⁸ Une prestation artistique est légalement définie comme « la création et/ou l'exécution ou l'interprétation d'œuvres artistiques dans le secteur de l'audiovisuel et des arts plastiques, de la musique, de la littérature, du spectacle, du théâtre et de la chorégraphie ».

¹⁹ L'objectif de ce système du RPI est de permettre que les montants peu élevés versés en contrepartie des prestations artistiques (ne dépassant pas 114,6€ par jour en 2011, à raison de 30 jours de prestation maximum sur l'année) puissent être considérés comme une indemnisation de frais, sans justificatif, et exemptés de charges sociales et fiscales. Cependant, ces indemnités n'entrent pas en compte pour l'application des droits en matière de sécurité sociale (par exemple le droit à la perception d'allocations de chômage), étant considérées comme des frais non soumis aux charges sociales ONSS et non pas comme des rémunérations.

Par ailleurs, le coût moyen²⁰ par jour de prestation dans le budget d'une *Activité* s'élève à 176€. Ce montant varie en fonction du type de prestation. Le coût moyen par jour pour une prestation artistique est de 183€. Les prestations non artistiques donnent lieu aux montants les plus élevés par jour presté (218€). Au contraire, les prestations artistiques sous le RPI représentent les montants les plus faibles (92€), ces prestations ne donnant droit par définition qu'à de petites indemnités. Notons toutefois que, dans le cadre des prestations artistiques, une réduction des charges patronales est d'application sous certaines conditions prévues par la loi-programme de 2002²¹. Une même rémunération brute entraîne un coût moins élevé pour une prestation artistique que pour une prestation non artistique, en raison de cette réduction de charges patronales spécifique aux prestations artistiques.

Graphique 8 : Coût moyen par jour presté dans une *Activité*, selon le type de prestation



Source : Base de données SMartBe (2008-2009) – N=1.652

²⁰ Pour mémoire, le montant affecté pour une prestation dans le budget d'une *Activité*, autrement dit le coût d'une prestation, comprend la rémunération brute du prestataire et l'éventuel défraiement lié à la prestation, auxquels s'ajoutent les charges patronales (ONSS) pour la sécurité sociale, le précompte professionnel, le coût des assurances relatives aux accidents de travail, vie privée et responsabilité civile ainsi que les pécules de vacances. Précisons que dans le cadre des *Activités*, le coût du service de SMartBe est prélevé uniquement au niveau des entrées dans le budget de l'*Activité* (et pas au niveau des sorties), pour éviter un double prélèvement. Soulignons enfin que la rémunération brute d'une prestation dans le cadre d'une *Activité* s'élève en moyenne à 110€ par jour presté pour une prestation artistique et à 127€ pour une prestation non artistique.

²¹ À condition que la rémunération journalière brute soit de 66,62€ minimum en 2010, ce qui correspond à un montant affecté de 91,34€.

Il est intéressant d'observer que le coût moyen par jour de prestation diminue à mesure que le nombre de participants dans l'Activité augmente : nous passons d'un montant journalier de 177€ dans une Activité menée par un seul participant à 161€ dans une Activité comptant plus de dix participants. La négociation du montant facturé pour une prestation dépend du budget que le client de l'Activité décide d'allouer pour une prestation donnée ou la commande d'un bien, montant qui n'augmente pas forcément de manière proportionnelle au nombre de participants impliqués. Ainsi, il paraît plus facile d'obtenir un tarif journalier plus élevé par participant pour une prestation engageant un nombre restreint de participants²². Dans le cas d'un groupe de musique par exemple, il y a généralement une solidarité entre les musiciens qui se répartissent le cachet entre eux de manière équitable. Mais il existe aussi d'autres situations où l'administrateur joue davantage le rôle de porteur de projet et fixe les rémunérations des autres participants qui sont impliqués temporairement dans l'Activité autour d'un projet précis, comme c'est par exemple le cas d'un directeur artistique qui organise des événements.

Quel montant de frais est remboursé ?

L'outil de gestion d'Activités permet de récupérer les dépenses engagées par les participants pour la réalisation de leurs projets, dans les limites du budget disponible. Les dépenses typiques nécessaires à la réalisation d'une Activité sont, entre autres, la location de bureaux et d'ateliers, la location de matériel, les communications téléphoniques et Internet, les frais de déplacement, de nourriture et de logement, la documentation et les frais de promotion ou encore le paiement de sous-traitants et la mise à disposition de matériel par l'un des participants²³. Il existe deux types de dépenses : d'une part, les défraiements liés à une prestation en particulier et, d'autre part, les notes de frais liées au développement de l'Activité en général (production, recherche, matériau, promotion, formation, etc.).

Nous nous limitons ici à l'analyse des notes de frais, les défraiements étant inclus dans le coût des prestations.

Dans l'ensemble, une Activité sur trois ne s'est fait rembourser aucune dépenses via des notes de frais en 2008 et 2009. Il s'agit d'Activités un peu plus récentes que la moyenne, puisque plus de la moitié d'entre elles n'ont qu'un an d'existence (au 31 décembre 2009). Par ailleurs, elles sont plus fréquemment composées d'un seul

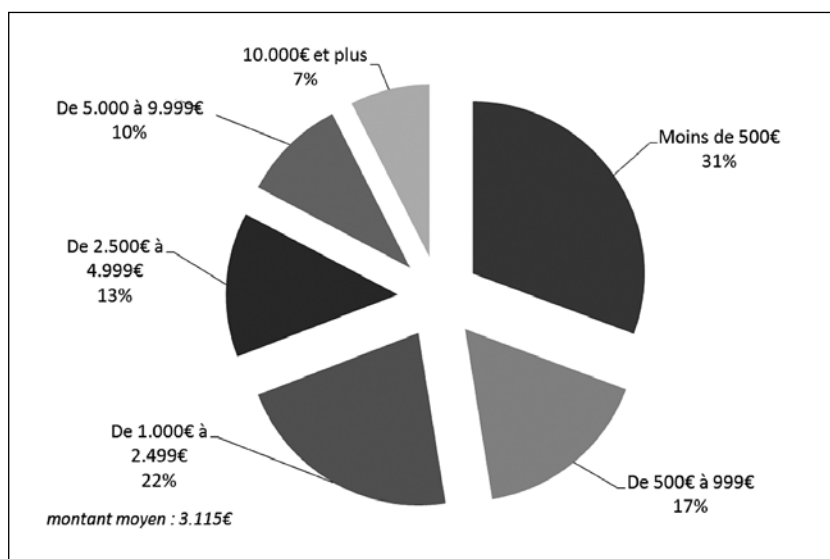
²² Ce constat semble être confirmé par un témoignage d'artiste dans l'étude d'Opale/CNAR Culture, « Artistes du spectacle vivant, comment vivez-vous les évolutions de votre pratique artistique ? », *Premiers résultats de l'enquête 2010*, Paris, janvier 2011, pp. 9-10. Voir aussi Perrenoud, M., « Au bas de la pyramide : la relation au travail et à l'emploi des musiciens ordinaires en France », dans SMartBe, *L'artiste au travail. État des lieux et perspectives*, SMartBe/Bruylant, Bruxelles, 2008, pp. 305-314.

²³ Pour rappel, la mise à disposition de matériel reprend les montants convenus entre Productions Associées et un des participants de l'Activité pour compenser la mise à disposition, dans le cadre de l'Activité, d'un bien ou d'un outil dont le participant est le propriétaire.

participant. Toutes ces caractéristiques expliquent que ces *Activités* déboursent des montants financiers trois fois inférieurs à la moyenne (2.360€ contre une moyenne de 7.400€). Ainsi, ces *Activités* ne disposent généralement pas de moyens financiers suffisants pour pouvoir récupérer les dépenses engagées. Cela témoigne du fait que l'outil de gestion d'*Activités* incite les participants en priorité à se rémunérer pour leurs prestations puis à se faire rembourser les dépenses qu'ils ont effectuées si le budget de l'*Activité* le permet.

Quant aux *Activités* ayant demandé le remboursement d'une partie de leurs dépenses via des notes de frais en 2008 et 2009, elles ont pu sortir du budget un montant s'élevant en moyenne à 3.115€ par an. Le montant des dépenses remboursées dans ces *Activités* est toutefois très inégal puisque près d'un tiers a récupéré moins de 500€ par an. À l'inverse, 7% de ces *Activités* ont pu sortir annuellement du budget au moins 10.000€. Pour ces dernières, il s'agit d'*Activités* s'inscrivant plus fréquemment dans le technico-artistique et moins dans le non artistique ; elles sont d'autre part très dynamiques puisqu'elles enregistrent en moyenne un montant annuel total de 37.140€.

Graphique 9 : Répartition des *Activités* par montant annuel moyen des notes de frais (hors montants nuls)



Source : Base de données SMartBe (2009) – N=1.245

Nous pouvons donc constater que le remboursement de frais dépend largement de la dynamique financière des *Activités*. Les *Activités* qui y ont le plus recours sont composées d'un certain nombre de participants, ont une fonction qui est essentiellement

liée au champ artistique et génèrent des montants suffisamment élevés pour permettre aux participants de récupérer les dépenses engagées.

Conclusion

Cette analyse a permis d'apporter un éclairage instructif sur l'entrepreneuriat dans les métiers de la création, à travers une forme inédite de « micro-entreprises » : les *Activités SMartBe*. La caractéristique commune de ces initiatives est de permettre à des artistes entrepreneurs, ou de manière générale à des créateurs, de porter leurs propres projets et d'en assurer eux-mêmes la gestion, avec le soutien de Productions Associées au niveau administratif et financier notamment. Cependant, toutes ces initiatives ne sont pas comparables : plusieurs profils d'*Activités* se dessinent. Nous distinguons avant tout les *Activités* individuelles de celles menées collectivement. Un certain nombre d'entre elles sont destinées à un projet ponctuel ou sont employées occasionnellement alors que d'autres sont utilisées de manière très régulière et parfois même génèrent des revenus importants.

Par ailleurs, cette étude a mis en lumière l'influence de certaines caractéristiques d'une *Activité* sur sa dynamique financière. Nous constatons, sans réelle surprise, que les montants générés annuellement dépendent à la fois du nombre de participants de l'*Activité*, de son ancienneté et du secteur dans lequel elle s'insère.

Il serait intéressant d'identifier les conditions de développement et de viabilité des *Activités* déterminées notamment par leur niveau de professionnalisation, leur réseau ainsi que par la diversification de leurs projets et ressources. Dans ce cadre, soulignons enfin que la présente analyse s'insère dans une recherche plus globale menée par le Bureau d'études sur les *Activités SMartBe*, à paraître en 2012. L'objectif est, à travers un questionnaire en ligne et des entretiens, de dresser une typologie de ces *Activités* et d'en analyser les logiques de fonctionnement.

